



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain: Studi Kasus
PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail

Skripsi

Oleh

Ajeng Amanda Luthfiyah

2014320195

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain: Studi Kasus
PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail

Skripsi

Oleh

Ajeng Amanda Luthfiyah

2014320195

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

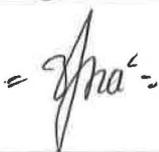
Nama : Ajeng Amanda Luthfiyah
Nomor Pokok : 2014320195
Judul : Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain:
Studi Kasus PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 23 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Gandhi Pawitan, Ph.D

: 

Sekretaris
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ajeng Amanda Luthfiyah

NPM : 2014320195

Jurusan Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain:

Studi Kasus PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 12 Juli 2018



Ajeng Amanda Luthfiyah

ABSTRAK

Nama : Ajeng Amanda Luthfiyah
NPM : 2014320195
Judul : Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain:
Studi Kasus PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail

Keadaan alam Indonesia memicu aktivis muda untuk melakukan eksplorasi dan ekspedisi alam. Saat melakukan eksplorasi dan ekspedisi alam tentu membutuhkan peralatan dan perlengkapan yang mendukung selama kegiatan berlangsung. PT. Eigerindo Multi Produk Industri adalah salah satu perusahaan yang menjual produk peralatan dan perlengkapan *outdoor*. Brand PT. Eigerindo Multi Produk yang sangat dikenal oleh masyarakat adalah Eiger. Namun perusahaan tetap memiliki perusahaan pesaing. PT. Eiegrindo Multi Produk Industri harus berinovasi agar dapat unggul dari persaingan yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan membahas lingkungan bisnis divisi retail untuk melakukan inovasi pelayanan dan penjualan kepada konsumen menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk menunjang validitas dan reliabilitas sebuah penelitian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. Eiegrindo Multi Produk Industri memiliki keunggulan apda sumber daya teknologi yang dimiliki perusahaan. Selain itu perusahaan melakukan inovasi terbarunya yaitu melakukan penjualan secara online untuk mengikuti perkembangan teknologi dan memudahkan konsumen melakukan pembelian produk. Berdasarkan hasil analisis Rantai Nilai menggunakan SWOT Matriks, strategi terbaik yang dapat diterapkan yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. Penelitian ini menggunakan Analisis PEST dan Model Lima Kekuatan Porter untuk analisis eksternal perusahaan, serta Analisis Rantai Nilai untuk analisis internal perusahaan dan mengetahui keunggulan perusahaan. Selanjutnya, penulis menggunakan Analisis SWOT Matriks untuk menggambarkan strategi bersaing yang tepat bagi perusahaan.

Kata Kunci – Inovasi, Penjualan Online, Pengembangan Teknologi, Analisis PEST, Model Lima Kekuatan Porter, Rantai Nilai, SWOT Matriks

ABSTRACT

Nama : Ajeng Amanda Luthfiyah
NPM : 2014320195
Judul : Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain:
Studi Kasus PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail

Indonesia's natural state triggers young activists to explore and expedite the nature. The exploration and natural expedition would require equipment and tools that support during the activity. PT. Eigerindo Multi Industrial Products is one of the largest companies in Indonesia that sells outdoor equipment and tools. Brand PT. Eigerindo Multi Product that very well known by public is Eiger. Due to competition PT. Eiegrindo must keep innovating to win the tight market competition.

This study aims to analyze and discuss the business environment of the retail division to innovate services and sales to consumers using a descriptive research type with a qualitative approach. Data collection techniques used in this study are interviews, observation, documentation and literature study. This study uses primary and secondary data sources to support the validity and reliability of a study.

This research concludes that PT. Eigerindo Multi Produk Industri has the advantage on technology resources owned by the company. The latest innovation doing by the company is online sales to keep pace with technological developments and make it easier for consumers to purchase products. Based on the result of Valu Chain analysis using SWOT Matrix, the best strategy that can be applied is SO Strategy, WO Strategy, ST Strategy, and WT Strategy. This research uses PEST Analysis and Five Porter Forces Model for company external analysis, as well as Value Chain Analysis for internal analysis and knowing company's competitive advantage. Furthermore, the authors use SWOT Analysis to describe the right competitive strategy for the company.

Keywords – Innovation, Online sales, Technology development, PEST Analysis, Fove Porter Forces Analysis, Value Chain, SWOT Matrix

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu tercurah memberikan kesehatan dan hikmah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul Analisis Inovasi Berdasarkan Value Chain: Studi Kasus PT. Eigerindo Multi Produk Industri Divisi Retail disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

Penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan karena do'a, bimbingan, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tersayang, Ayah dan Ibu yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan kepada penulis tiada henti. De Ayu yang telah menyemangati dan menghibur penulis tiada henti.
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan, MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi yang telah mebagi ilmu, memberi arahan, meluangkan banyak waktu dan memberikan dukungan penuh selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Christian Hartanto Sarsono sebagai Direktur Utama PT. Eigerindo Multi Produk Industri yang telah memberikan izin melakukan penelitian kepada penulis.

4. Bapak Effendy Hermawan selaku *Sales and Retail Division Head* PT. Eigerindo Multi Produk industri yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian kepada penulis dan meluangkan waktu untuk melakukan wawancara.
5. Tante Heni yang telah mendukung dan meluangkan waktu untuk membantu penulis saat penulis menemukan kesulitan saat melakukan penelitian.
6. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D. selaku dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB selaku dosen wali penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf Akademik, Staf Kemahasiswaan yang telah memberikan ilmu, bantuan dan jasanya kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Lukman Hakim yang telah banyak meluangkan waktunya, yang selalu direpotkan, yang tidak pernah bosan mendengarkan curahan hati penulis dari awal masa perkuliahan, yang selalu memberikan dukungan serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan kebaikannya.
9. Bonita Prilliana sahabat dari awal perkuliahan teman di segala kondisi yang mengerti dan memahami diri penulis. Terimakasih atas canda, tawa, senang, sedih, dan selalu hadir disaat penulis merasa sedih dan gundah serta jujur yang juga selalu menghibur penulis saat masa penyusunan skripsi.

10. Marina yang selalu membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas masukan – masukannya serta guyonan yang selalu menghibur penulis selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi serta segala canda, tawa, senang, dan sedih selama masa perkuliahan.
11. Anastasia Tertia Fredicia Degta yang selalu memberikan dukungan dan semangat penulis selama masa perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi. Terimakasih atas segala canda, tawa, senang, dan sedih selama masa perkuliahan.
12. Lola Garda Sihombing yang selalu memberikan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Terimakasih atas segala canda, tawa, senang dan sedih selama masa perkuliahan.
13. Natalia Nadia terimakasih atas semangat selama masa perkuliahan terutama pada masa penyusunan skripsi serta canda, tawa, senang, dan sedih selama masa perkuliahan.
14. Pingkan Audrine teman yang selalu ada untuk menghibur penulis dengan cerita – cerita keseharian di kampus. Trimakasih atas semangat selama masa perkuliahan serta canda, tawa, senang, dan sedih.
15. Adinda Muthia Ramadhan, Betari Dwi Anesti, Ratna Nindy, Irfan Afif, dan Claudia Villahi yang selalu menghibur disaat penulis sedang pulang ke rumah (Bekasi).
16. Inti mentor Suman, Shasta, Kayi, Ijal, dan Tio yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempunyai pengalaman menangani teman – teman mahasiswa baru, terimakasih telah mewarnai hari penulis

selama masa perkuliahan. Serta mentor 2015, 2016, 2017 terimakasih sudah mempercayai penulis untuk bekerja bersama kalian. See you on top!

17. HMPSIAB dan divisi Humas-Medkom khususnya Adel, Aji, Bimo, Intan yang mewarnai hari – hari kuliah. See you on top!

18. Seluruh teman-teman di UNPAR dan FISIP UNPAR yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas kerjasama serta segala pengalaman berharga dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam pengalaman, sarana, dana kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian. Oleh karna itu, diperlukan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat agi semua Khususnya bagi pihak-pihak terkait.

Bandung, 12 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Masalah	4
BAB II KERANGKA TEORI	5
2.1 Strategi	5
2.2 Manajemen Strategi	6
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	7
2.3.1 Lingkungan makro	8
2.3.2 Lingkungan industri	10
2.4 Lingkungan Internal	13
2.5 Inovasi	17
2.5.1 Tipe – Tipe Inovasi	18
2.5.2 Proses inovasi	21
2.6 <i>Value Chain</i>	21
2.6.1 <i>Primary activities</i>	22
2.6.2 <i>Support activities</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Metode penelitian	25
3.3 Sumber Data	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Objek Penelitian	27

BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	28
4.1 Sejarah PT. Eigerindo Multi Produk Industri.....	28
4.2 Profil Perusahaan.....	29
4.2.1 Tujuan divisi sales & retail:	29
4.2.2 Visi	29
4.2.3 Misi	29
4.2.4 <i>Corporate Culture</i>	29
4.2.5 <i>Outlet</i>	30
4.3 Produk PT. Eigerindo Multi Produk Industri	32
4.1 Struktur Organisasi Divisi Retail PT. Eigerindo Multi Produk Industri	40
4.2 <i>Job description</i>	41
BAB V PEMBAHASAN	43
5.1 Analisis lingkungan bisnis divisi Retail PT. Eigerindo Multi Produk Industri	43
5.2 Analisis Lingkungan Eksternal	50
5.2.1 Analisis Lingkungan Makro.....	51
5.2.2 Analisi Lingkungan Industri	58
5.3 Analisis Lingkungan Internal	63
5.3.1 Value Chain Analysis.....	63
5.3.2 Analisis SWOT	73
5.4 Analisis Inovasi	78
5.4.1 Sumber Inovasi	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran.....	83
Daftar Pustaka	85
LAMPIRAN.....	88
Pertanyaan Wawancara	88
Foto.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Five Forces Model by Porter.....	13
Gambar 2.2	<i>Value chain analysis</i> Oleh Porter.....	24
Gambar 4.1	Foto Toko Eiger Jalan Sumatera, Bandung.....	30
Gambar 4.2	Foto Produk Eiger Mountaineering Series.....	34
Gambar 4.3	Foto Produk Eiger Riding Series.....	35
Gambar 4.4	Foto Produk Eiger Lifestyle Series	36
Gambar 4.5	Logo Eiger.....	36
Gambar 4.6	Foto Produk Bodypack.....	37
Gambar 4.7	Logo Bodypack	37
Gambar 4.8	Foto Produk Exsport.	38
Gambar 4.9	Logo Exsport.....	38
Gambar 4.10	Foto produk Outlive	40
Gambar 4.11	Logo Outlive	40
Gambar 5.1	Lorong antar rak/section di gudang toko	45
Gambar 5.2	Kode rak/ <i>section</i> barang persediaan di gudang toko.....	46
Gambar 5.3	<i>Barcode</i> produk.....	46
Gambar 5.4	Komputer yang tekoneksi dengan kantor pusat	46
Gambar 5.5	Tampilan eigeradventure.com.....	48
Gambar 5.6	Tampilan blibli.com	50
Gambar 5.7	Jumlah Populasi Penduduk Indonesia 2010 – 2030.....	53
Gambar 5.8	10 <i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak TW 2018.	57
Gambar 5.9	Tampilan eigerindostre.com.....	61
Gambar 5.10	Foto wiraniaga memakai produk.....	67
Gambar 5.11	Foto wiraniaga.....	68
Gambar 5.12	Produk dipajang sesuai tema.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	16
Tabel 4.1 Daftar Seluruh Toko PT. Eigerindo Multi Produksi Industri..	32
Tabel 5.1 Matriks SWOT.....	78

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur organisasi	40
Bagan 5.1 <i>Value Chain Analysis</i>	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang terletak diantara lempengan bumi dan dangkalan laut. Secara geologis, Indonesia terletak diantara 3 lempeng bumi yaitu lempeng Pasifik, lempeng Eurasia dan lempeng Australia serta Indonesia terletak di antara 2 dangkalan yaitu dangkalan Sahul dan dangkalan Sunda. Karena letak geologis tersebut, membuat Indonesia mempunyai dataran tinggi dan gunung, keanekaragaman flora dan fauna, dan mempunyai keanekaragaman laut yang melimpah (Sari: 2015). Pegunungan yang berada di Indonesia terdiri lebih dari 400 gunung berapi, dan 100 diantaranya merupakan gunung berapi yang masih aktif. Ribuan pulau di Indonesia yang tersebar dalam gugusan pulau besar maupun kecil menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Sampai saat ini data jumlah pulau yang dimiliki Indonesia adalah 17.504 pulau dan merupakan negara yang memiliki pulau terbanyak di dunia (Direktorat Jendral Ketahanan Indonesia: 2016).

Dengan adanya fakta tersebut membuat banyak masyarakat Indonesia cinta dengan keindahan alam di negaranya sendiri. Rasa cinta itu menjadikan mereka mempunyai keinginan menjelajah keindahan alam Indonesia hingga membuat komunitas pecinta alam. Tercatat ada lebih dari 2.500 komunitas pecinta alam di Indonesia yang terdiri dari remaja desa, siswa dan mahasiswa. Sebagian besar kegiatan pecinta alam adalah mendaki gunung, panjat tebing, berkemah, dan

sebagainya (Kompasiana: 2015). Penulis menyadari, individu – individu yang mempunyai keinginan untuk menjelajah alam Indonesia harus mempunyai peralatan dan perlengkapan yang sesuai untuk menjelajahi tempat – tempat tertentu. Seperti mereka yang ingin menjelajahi keindahan pulau atau pegunungan di Indonesia harus mempunyai peralatan dan perlengkapan *outdoor* berkualitas agar dapat menjamin *safety* mereka saat berjelajah.

Salah satu industri peralatan dan perlengkapan *outdoor* yang dikenal oleh masyarakat luas adalah PT. Eigerindo Multi Produk Industri yang memproduksi *brand* Eiger. Hal diatas dapat menjadi peluang bagi PT. Eigerindo Multi Produk Industri untuk memproduksi peralatan dan perlengkapan *outdoor* terutama di kota Bandung. Kota Bandung sendiri merupakan pusat kota inovatif dibidang kreativitas dan kewirausahaan. Bandung sering kali mengadakan berbagai macam festival, konferensi dan berbagai lokakarya yang mempunyai tujuan untuk mendorong pengembangan kreativitas untuk mengeluarkan sebuah *prototype* dan desain suatu produk. Tiga bidang yang paling diunggulkan di kota Bandung adalah *fashion*, desain grafik dan media digital. Pemerintah kota Bandung mempunyai komitmen untuk menstimulasi ekonomi kreatif mealalui implementasi perusahaan–perusahaan kecil menengah baru, kawasan industri dan mendukung penelitian pengembangan di Bandung (UNESCO: 2015).

Pernyataan UNESCO untuk kota Bandung dapat menjadi peluang serta ancaman bagi PT. Eigerindo MultiProduk Industri. Penulis melihat, peluang PT. Eigerindo MultiProduksi Industri adalah dorongan untuk melakukan inovasi. Sedangkan untuk ancaman adalah akan munculnya pesaing perusahaan yang

mengeluarkan produk lebih kreatif, inovatif dan lebih murah dibandingkan dengan produk yang diproduksi oleh PT. Eigerindo MultiProduk Industri karena dunia bisnis sekarang ini tidak pernah luput dari persaingan. Isu persaingan yang ketat menuntut perusahaan – perusahaan untuk menacari ide inovatif supaya menarik dari persaingan perusahaan yang ketat. Inovasi bagi perusahaan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. *Needs* atau kebutuhan adalah keperluan yang mendasar oleh manusia seperti udara, pangan, air, sandang, dan papan. Manusia juga membutuhkan rekreasi, pendidikan, dan hiburan didalam kehidupannya. Kebutuhan tersebut berubah menjadi *wants* atau kebutuhan manusia (Kotler & Keller: 2011, 9). Tetapi inovasi juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Maka dari itu perusahaan industri apapun sekarang ini harus selalu mempunyai ide inovasi untuk produk barang atau jasa yang mereka tawarkan kepada masyarakat termasuk PT. Eigerindo Multi Produk Industri.

PT. Eigerindo Multi Produk Industri mempunyai keunikan dalam penyampaian produk kepada konsumennya. Salah satunya adalah meluncurkan *brand site* agar konsumen dengan mudah menemukan informasi barang yang dijual dan membeli barang yang ditawarkan oleh perusahaan. PT. Eiegrindo Multi produk Industri tercatat telah menjadi perusahaan retail dan distribusi *3 brand fashion and style* lokal yaitu: Eiger, Exsport, dan Bodypack serta menjadi *distributor company* untuk beberapa brand internasional. Eiger sebagai salah satu produk dari PT. Eigerindo Multi Produk Industri untuk memenuhi berbagai kebutuhan perlengkapan dan peralatan bagi gaya hidup para penggiat alam terbuka (eigeradventure.com).

Oleh karena itu penulis ingin meneliti strategi inovasi yang digunakan PT. Eigerindo Multi Produk Industri untuk bertahan dalam persaingan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mengidentifikasi masalah yang ada didalam fenomena tersebut yang akan dijadikan bahan penelitian ini:

1. Bagaimana inovasi dan analisis lingkungan bisnis divisi retail PT. Eigerindo Multi Produk Industri untuk bertahan dalam persaingan?
2. Bagaimana value chain yang dilakukan oleh PT. Eigerindo Multi Produk Industri saat ini?
3. Inovasi apa yang dapat dikembangkan oleh divisi retail PT. Eigerindo Multi Produk Industri dari value chain menggunakan matriks SWOT?

1.3 Tujuan Masalah

1. Mengetahui inovasi dan analisis lingkungan bisnis divisi retail PT. Eigerindo Multi Produk Industri.
2. Mengetahui value chain yang dilakukan oleh divisi retail PT. Eigerindo Multi Produk Industri.
3. Mengetahui Inovasi yang dapat dikembangkan divisi retail PT Eingerindo Multi Produk Industri menggunakan analisis SWOT